

# La Argumentación



# Índice

La argumentación y sus dimensiones .....	3
Elementos comunicativos de la argumentación .....	4
Los argumentos .....	6
La fuerza de los argumentos .....	8
Razonamiento deductivo .....	9
Referencias.....	12



Cuando defiendes tu opinión y usas razonamientos lógicos y bien fundamentados, estás argumentando. El objetivo de la argumentación es lograr que el receptor o destinatario del mensaje, se convenza de la validez de la idea que le estás transmitiendo. Par que puedas lograr tu objetivo, tus razonamientos, también llamados argumentos, deben ser consistentes y tener capacidad de persuasión.

## La argumentación y sus dimensiones

Prácticamente todo el tiempo estamos argumentando, aun cuando no nos demos cuenta de que lo estamos haciendo. En la vida social la usamos con frecuencia para justificar nuestro comportamiento y/o influir en otras personas.

La argumentación tiene dos componentes:

**Lógica:** se aportan razones y argumentos sólidos que le den sentido a lo que se está diciendo.

**Práctica:** lograr el objetivo perseguido, o sea, convencer, lograr que el receptor de nuestro mensaje quede convencido de lo que le estamos diciendo.



Veamos un ejemplo de argumentación:

*Todos mis amigos van a ir a la despedida del curso, el maestro de matemática, que tan bueno ha sido con nosotros, no va a continuar el año entrante. Por eso es tan importante que me des permiso para ir a esa fiesta.*

## Elementos comunicativos de la argumentación

En toda argumentación se debe tomar en cuenta al emisor, el receptor y la forma de comunicación.

- El emisor es la persona que transmite el mensaje, la persona que está argumentando. No siempre se sabe quién es el emisor, a veces permanece en el anonimato, como en los anuncios de publicidad. El emisor debe usar palabras sencillas, ser ordenado en exponer sus argumentos y de acuerdo a las circunstancias y a la persona a la que se dirige. Se aconseja basar los argumentos en experiencias que haya vivido o en la opinión de expertos en la materia. Si vas a basar tus argumentaciones en tu experiencia, esta debe ser válida, la debes haber vivido, en caso contrario es preferible que uses como apoyo las opiniones de especialistas. Por ejemplo, si aún no tienes hijos, pero quieres convencer a una joven madre, de la importancia de la leche materna, obviamente no puedes referirte a tu experiencia, debes usar los consejos y opiniones de personas que sí tienen hijos o la de un pediatra o especialistas de la Liga de la Leche.

- El receptor es la persona a la que quieres convencer, es el sujeto o grupo de sujetos a los que va dirigida la argumentación. Puede ser individual o colectivo, dependiendo si el mensaje va dirigido a una o varias personas; concreto o genérico, si se conoce el destinatario o si no se conoce como en un anuncio publicitario.
- La forma de comunicación se refiere a si es público o privado, si el receptor está o no está presente, si existe o no existe la posibilidad de retroalimentación, etc.

No pierdas de vista, que la argumentación será habré cumplido su objetivo en la medida en que el emisor logre que el receptor adopte el punto de vista defendido o bien modifique su comportamiento en el sentido deseado.



## Los argumentos

La tesis es la opinión que se manifiesta y se defiende, mientras que los argumentos son las razones que se usan para defender la tesis u opinión.

Cuando quieras argumentar, debes tener en cuenta las características y creencias de la persona o personas a las que te diriges, debes conocerlos, para elegir los argumentos que los puedan convencer. Pero, no basta con conocer al receptor, los argumentos deben estar relacionados en forma coherente con la tesis, de tal manera que, al validarlos, el destinatario, acepte tu tesis.

Regularmente, el emisor expresa sus argumentos, en primera persona (yo pienso, yo creo, etc.) y que se dirija en forma directa al destinatario, para lograr involucrarlo en su discurso.

En otras oportunidades, el emisor puede armar su argumentación en una forma que parezca más objetiva y se expresa en tercera persona.

Otro término que interviene en la argumentación, son los tópicos, que no son más que las premisas compartidas, ellas permiten clasificar los argumentos con arreglo a su contenido. Los tópicos son los valores, creencias o premisas, que se presume son aceptados por la mayoría de los miembros de una comunidad y en los que se apoyan los argumentos.

- El argumento que es: mayoría; tópico que es: cantidad («Lo mayor o más numeroso es preferible a lo menor o menos numeroso»). Ejemplo:

Esa canción está en el top ten de la semana, así que es una buena canción.

- El argumento que es: utilidad; tópico que es: lo útil («Lo útil es preferible a lo que no lo es»). Ejemplo:

Si controlamos el cambio climático, todos nos veremos beneficiados.

- El argumento que es: ético; tópico que es: moralidad («Lo moral es preferible a lo inmoral»). Ejemplo:

Ciudadanos del mundo, nosotros los refugiados, apelamos a su solidaridad y a su humanidad para que nos brinden refugio y abran sus fronteras.

- El argumento que es: hedonista; tópico que es: placer («Lo placentero es preferible a lo desagradable»). Ejemplo:

New York, la ciudad que nunca duerme.



## La fuerza de los argumentos

Para que un argumento sea consistente, debe estar bien construido y defender la tesis que lo sustenta. Para que un argumento tenga el poder de convencer, que es el fin de la argumentación, debe apoyarse en una premisa que tenga alto grado de aceptación y debe ser consistente.

En el siguiente enunciado, por ejemplo, se emplea un argumento consistente:

- La obesidad es perjudicial para la salud porque el sobrepeso origina muchas enfermedades.

No sería consistente, sin embargo, el argumento que se esgrime en este otro enunciado:

- La obesidad es perjudicial para la salud porque cuando mi hermana tuvo el accidente aéreo, estaba gorda.



## Razonamiento deductivo

En este tipo de razonamiento, se usan dos premisas que son verdaderas y relacionadas entre sí, para dar validez a una tercera, que se basa en las dos anteriores.

A este tipo de razonamiento, se le llama **silogismo**, es el que ocurre cuando de dos o más juicios previos llamados premisas, deriva una conclusión con respecto a un caso particular.

### Ejemplo de silogismo:

Miguel y Patricia son hermanos; **primera premisa**

Patricia y José; **segunda premisa**

Por lo tanto, Miguel, Patricia y José son hermanos; **conclusión**

A los argumentos se les conoce como premisas y a la conclusión, se le conoce como tesis. Los argumentos se usan para persuadir. Formalmente la argumentación es un razonamiento o grupo de razonamientos cuyo objetivo es la aceptación o el rechazo de una tesis propuesta.

### **Ejemplo de Argumentación:**

Un grupo de vendedores ambulantes, ubicados sobre la sexta avenida de la zona 1, descontentos por haber sido desalojados, cometieron actos de vandalismo y destruyeron las obras de arte, estaciones del transmetro y semáforos que encontraron a su paso. (premisas).

El Alcalde de la ciudad se vio en la necesidad de presentar la demanda judicial para que sean procesados como delincuentes. (tesis).

También existen razonamientos falsos que parecen verdaderos, a este tipo de razonamientos se les llama **falacia**. Las falacias pueden ser de tipo lógico y de tipo emocional.

a) Lógicas: surgen de errores del pensamiento.

b) Emocionales: se producen cuando la emoción influye en el pensamiento.

### **Ejemplo de falacia lógica:**

En la sala cuna había tres bebés varones, entonces en esta época solo están naciendo varones.

En la clase hay dos niños rubios que son muy inteligentes, todos los rubios son muy inteligentes.



### **Ejemplo de falacias emocionales:**

Yo he trabajado toda la vida en educación y nunca lo he usado, entonces no sirve para nada.

## Referencias

<https://cmplenguayliteratura.wordpress.com/curso-0809/4%C2%BA-eso/1%C2%AA-evaluacion/contenidos/la-argumentacion/>

<http://www.taringa.net/post/apuntes-y-monografias/5539156/Silogismo-falacia-argumento-y-pensamiento.html>

<https://pixabay.com>

<http://www.stockvault.net/free-photos>

<https://www.shutterstock.com>